GDI

Global Disinformation Index

Evaluación del riesgo por desinformación: el mercado de noticias en Colombia

www.disinformationindex.org

Autoras: Catalina Uribe Rincón y Jimena Zuluaga

Investigadoras: Valentina Ibarra, Alejandra Pérez, Catalina Uribe Rincón, y Jimena Zuluaga

Diseño: www.designbythink.co.za

El Global Disinformation Index es una organización sin ánimo de lucro que opera sobre los principios de neutralidad, independencia y transparencia. Nuestra visión es un mundo libre de desinformación y de sus consecuencias dañinas. Nuestra misión es catalizar los esfuerzos para que la industria mediática y tecnológica y los gobiernos eliminen las fuentes de financiación de la desinformación. Proporcionamos calificaciones de riesgo de desinformación de los sitios web de medios de comunicación de todo el mundo. Para obtener más información, visite www.disinformationindex.org.

El CEPER [Centro de Estudios en Periodismo] es una unidad académica y de investigación/creación de la Facultad de Artes y Humanidades, en la Universidad de los Andes. Desde 1991, el CEPER se ha dedicado a la investigación sobre medios y periodismo, a la producción periodística y la formación académica periodística, teniendo en cuenta el debate sobre el futuro del periodismo y el trabajo de asesoría y consultoría para medios e instituciones públicas y privadas.

La Universidad de los Andes fundó el CEPER con la creencia de que la calidad de la democracia y la vida pública dependen de la excelencia que demuestren el periodismo y los medios. Por esta razón, los Andes tomó la decisión de formar periodistas con un programa de posgrado y, también, de impulsar una aproximación interdisciplinaria en la investigación sobre periodismo.

Universidad de los Andes Colombia | FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES | 25 AÑOS 1997-2022 | Ceper Centro de Estudios en Periodismo

GDI Global Disinformation Index

Enero 2023. Publicado bajo licencia Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0)

Contenido

Resumen ejecutivo 4

Hallazgos clave: Colombia 5

El mercado colombiano de medios: rasgos clave y alcance 6

Valoración de riesgo por desinformación 8

Síntesis del mercado 8

Síntesis por pilares 11

Pilar de Contenido

Pilar de Operaciones

Conclusión 15

Apéndice: Metodología 16

Selección de los sitios web 16

Recopilación de datos 17

Análisis de datos y construcción de los indicadores 17

Calificaciones de riesgo 19

Notas 20

Resumen ejecutivo

Desde que el mercado periodístico se expandió al mundo digital, las transformaciones en la producción y distribución de noticias han expuesto esta industria a nuevos riesgos de desinformación.

Para incrementar su tráfico en línea y, subsecuentemente, sus ganancias por publicidad, los sitios web de noticias tienen ahora incentivos para propagar desinformación cuya diseminación tiene, en el entretanto, consecuencias impactantes y disruptivas. Un ejemplo reciente (y mortífero) de esto es la desinformación que circuló sobre la pandemia de la COVID-19. Estas narrativas socavan la salud pública, la seguridad y las respuestas gubernamentales al perturbar lo que la sociedad contempla conjuntamente como hechos verídicos.

Para combatir la desinformación financiada a través de la publicidad, el Índice Global de Desinformación (GDI, por sus siglas en inglés) ha desarrollado un marco de evaluación cuyo fin es valorar el riesgo que los dominios de noticias pueden tener de desinformar a sus lectores. Estas valoraciones, que son independientes, confiables y neutrales, son usadas por agencias, compañías y plataformas de publicidad digital para dirigir sus inversiones en sintonía con sus políticas de cuidado de marca y mitigación de riesgo por desinformación.

El GDI define la desinformación como "narrativas adversas u hostiles que causan daño en el mundo real", para lo cual la valoración de riesgos del GDI provee información sobre un rango de indicadores relacionados con el riesgo que corre una plataforma de noticias de propagar estas narrativas adversas y así desinformar a sus usuarios. Estos indicadores se agrupan en los **pilares** de **Contenido** y de **Operaciones** de este índice y miden, respectivamente, la calidad y fiabilidad del contenido de dicha plataforma, y su integridad operacional y editorial[1].

El riesgo general de cada plataforma o sitio se basa en la suma de todos los indicadores y va de cero (el nivel máximo de riesgo) a cien (el nivel mínimo de riesgo).

La metodología de valoración de riesgos del GDI no pretende identificar y etiquetar sitios o plataformas como confiables o que desinforman. Más bien, la aproximación del GDI se basa en la idea de que una combinación de indicadores dará cuenta del riesgo que tiene cada sitio de transmitir desinformación. Estas valoraciones deben tomarse, más bien, como un análisis inicial del mercado periodístico en Colombia y sus niveles generales de riesgo por desinformación, así como de las fortalezas y los retos que las plataformas de noticias enfrentan para mitigarlos.

Este informe presenta los hallazgos sobre los riesgos de desinformación que existen en el mercado periodístico colombiano, y se basa en un estudio de 34 dominios de noticias. Estos hallazgos son el resultado de una investigación liderada por el GDI con el Centro de Estudios en Periodismo (CEPER) de la Universidad de los Andes, desde mayo hasta octubre de 2022. Todos los medios incluidos en este documento fueron informados sobre el resultado de sus calificaciones individuales y sus niveles de riesgo, con el fin de posibilitar un trabajo conjunto y dar retroalimentación.

La necesidad de una valoración confiable e independiente del riesgo por desinformación es imperativa. Este marco evaluativo sobre Colombia provee información fundamental para quienes son responsables de política pública, de sitios web de noticias y para la sociedad civil, pues permite que quienes toman decisiones clave en estos ámbitos puedan reducir el flujo financiero que incentiva y sustenta la desinformación. Más allá de esto, los resultados de este estudio contribuirán a la misión del GDI de dislocar el modelo que financia la desinformación porque se comparten con la industria de publicidad digital, así como con otros actores que trabajan en aras de desfinanciar la desinformación.

Hallazgos clave: Colombia

Al analizar el panorama mediático de Colombia, la evaluación del GDI encontró que:

44% de los sitios colombianos presenta niveles mínimos o bajos de riesgo por desinformación

- Un sitio en la muestra fue valorado con el nivel mínimo de riesgo por desinformación.
- Catorce de treinta y cuatro sitios (41%) se clasificaron en la categoría de bajo riesgo por desinformación.
- La calificación de estos sitios es positiva en general por publicar contenido ecuánime e imparcial (con calificaciones promedio de 88 puntos en el **pilar de Contenido**).
- No obstante, estos sitios tienen pocas estrategias operacionales de control y contrapeso, que se consideran fundamentales para manejar una sala de redacción independiente y garante (con calificaciones promedio de 40 puntos en el **pilar de Operaciones**).
- Los sitios con poco o mínimo riesgo representan un espectro político amplio.

Más del 40% de los dominios en la muestra presenta riesgo medio

- Quince de treinta y cuatro sitios presentan riesgo medio de desinformación, equivalente al 44% de la muestra.
- A estos sitios les faltó transparencia en varias políticas editoriales y operacionales cuyo fin es incrementar su independencia y garantías (con calificaciones promedio de 27 puntos en el **pilar de Operaciones**).
- Estos sitios tienen la máxima probabilidad de recudir sus riesgos de aquí en adelante si mejoran sus políticas editoriales, y publican información sobre sus fuentes de financiación y sus propietarios, además de abordar sus políticas de firmas.

12% de los sitios en la muestra presenta un riesgo alto de desinformación (cuatro de treinta y cuatro dominios).

- Muchos de estos sitios publican contenido sesgado, lo que puede manipular a su audiencia.
- Estos mismos sitios publican historias que carecen cubrimiento en otros medios, lo que instaura asimetría en la información para ciertos grupos en el país.
- Estos sitios carecieron de transparencia sobre sus propietarios y sus fuentes de financiación, lo que da pie para conflictos de interés.
- Ningún sitio obtuvo un nivel de riesgo máximo por desinformación.

El mercado colombiano de medios: rasgos clave y alcance

Colombia es uno de los países más poblados en América Latina, con una población de más de 51 millones de personas[2], y el tercer mercado digital más grande de la región después de Brasil y México[3].

La tasa de penetración de internet se estima en un 65%, seis puntos por encima del estimado mundial que es de 59%[4]. De acuerdo con el Informe de Noticias Digitales de Reuters (Reuters Digital News Report) de 2022, un 86% de colombianos consume noticias en línea (incluyendo redes sociales), seguido de un 55% que consume noticias en televisión. Los teléfonos móviles son el dispositivo principal con el que las audiencias digitales acceden a las noticias: 81% de los encuestados afirmó utilizar teléfonos inteligentes, comparado con un 34% que afirmó usar sus computadores[5]. Así mismo, de acuerdo con datos oficiales, en el primer trimestre de 2022 hubo 8.500.000 conexiones a internet a través de banda ancha fija y 37.700.000 conexiones a través de dispositivos móviles[6]. El tamaño de la población multi-plataforma digital se estima en 25.900.000, mientras que el de la población exclusiva de dispositivos móviles digitales se estima en 21.500.000[7]. La mayor parte de usuarios de internet del país, el 31%, está en el rango de edad adecuado para ser considerados nativos digitales, es decir, adultos entre los 25 y los 34 años[8].

Hay una brecha digital importante, tanto en términos geográficos como socioeconómicos. En Bogotá, la capital del país, el acceso a internet por banda ancha fija se estima en un 27.7%, así como en departamentos principales (el término nacional para las regiones o provincias), como Antioquia, se estima en un 22.2%. En contraste, en departamentos rurales y apartados como Vichada o Vaupés se estima que el acceso por banda ancha fija es del 0.9% y del 0.1% respectivamente. La brecha digital se exacerba, además, por la variación en la calidad del acceso a internet: mientras que el promedio de velocidad de descarga en barrios de altos ingresos es de 168.4 Mbps, el promedio de velocidad en áreas de bajos o escasos recursos es de 31.5 Mbps. La velocidad de conexión también es mayor en los departamentos principales y en las áreas urbanas que en áreas y departamentos rurales[9].

Colombia es el tercer mercado más grande de publicidad en la región. En 2020 se invirtieron alrededor de mil doscientos millones de dólares, que es cerca del 6% del gasto en publicidad total de la región (27 mil millones de dólares). La publicidad digital ha crecido rápidamente durante la última década. En 2020, el gasto en publicidad digital se estimó en 357 millones de dólares, más del doble de la cantidad que se había reportado hacía tres años[10]. Para 2021, el gasto específico en publicidad digital fue de un 33% sobre el total de la inversión en publicidad[11]. No obstante, la televisión sigue siendo el medio con el mayor nivel de ingresos por publicidad, puesto que las plataformas no digitales reciben aún el 67% de este gasto[12].

El mercado colombiano de medios incluye más de 50 periódicos, alrededor de 1.500 estaciones de radio y 50 canales de televisión (de entre los cuales hay tres canales nacionales y ocho regionales públicos), y un amplio rango de medios digitales nativos y no nativos[13]. Sin embargo, los medios colombianos carecen de pluralidad pues sólo tres grupos económicos son los dueños de los medios con mayor alcance: dos canales privados de televisión abierta, dos periódicos de distribución nacional y dos cadenas principales de radio[14]. Además de la concentración histórica que tienen en el mercado colombiano de medios, estos grupos privados tienen relación con las élites económicas y políticas del país, un hecho que expone a estos medios tradicionales a potenciales conflictos de interés, a interferencia editorial y a otros riesgos de desinformación[15].

De acuerdo con Reporteros Sin Fronteras, Colombia es uno de los países más peligrosos de Occidente para los periodistas. En el 2022, la calificación del país en el Índice Mundial de Libertad de Prensa fue de 42.43 (en el puesto 145 de 180), que representa una caída de más de 10 puntos en comparación con la calificación del año anterior (56.26). Aquellos reporteros y miembros de los equipos editoriales que cubren temas como el conflicto armado, la corrupción, connivencia entre políticos y los grupos armados, así como asuntos ambientales, son a menudo acosados, intimidados y atacados[16]. Durante los últimos cuatro años, 753 periodistas fueron amenazados y cinco fueron asesinados. Además, hubo 347 agresiones contra periodistas por parte de servidores públicos y 411 por parte de miembros de la policía y de las fuerzas armadas[17]. Durante las últimas cuatro décadas, los periodistas han sido amenazados por guerrillas, carteles de narcotráfico, grupos paramilitares y servidores públicos corruptos que se han aliado con grupos criminales[18]. Debido a este peligroso entorno de trabajo, la autocensura es común, en especial en los medios periodísticos regionales: los periodistas reconocen los temas que podrían ponerlos a ellos y a sus familias en riesgo, por lo que deciden no cubrirlos. Por estas razones, y por ser un fenómeno silencioso, la autocensura es difícil de identificar y cuantificar[19].

El complejo panorama político, económico y social alienta los riesgos por desinformación. Además de guerrillas, grupos paramilitares y carteles de narcotráfico que amenazan y atacan a periodistas y medios, muchos medios tienen una capacidad crítica limitada porque su financiación depende de publicidad gubernamental o de compañías locales[20]. Quizá este contexto ayude a explicar por qué la confianza en las noticias es baja, del 37%, y bajó tres puntos respecto del año pasado (que fue de 40%). Sólo el 17% de las audiencias colombianas cree que los medios son independientes de influencias políticas o gubernamentales, así como sólo el 18% piensa que los medios son independientes de influencias comerciales[21]. La gente está, por lo general, desconectada de las noticias[22] y confía más en las redes sociales que en los medios como fuente de información[23]. Aún así, hay una preocupación generalizada por saber cómo identificar lo que es real y lo que es falso en redes sociales, puesto que allí es muy fácil propagar desinformación[24].

En Colombia, los actores que desinforman en redes sociales lo hacen utilizando plataformas prominentes como Facebook, Twitter y YouTube. Las redes sociales son usadas comúnmente para compartir mensajes de apoyo o descrédito sobre partidos políticos, lo que resulta luego en polarización política[25]. Aplicaciones de mensajería, principalmente WhatsApp, son también potenciales plataformas para la diseminación de desinformación. En chats familiares, de amigos y de trabajo es común compartir mensajes de texto y contenido multimedia que son, a menudo, incendiarios y engañosos, y cuyo contexto y fuentes de origen son casi imposibles de rastrear[26]. Recientemente, *influencers* políticos (algunos de los cuales reciben pagos para promover candidatos o partidos) también han contribuido al contenido potencialmente desinformador que circula en redes sociales. Estos actores podrían volverse cada vez más relevantes, pues se estima que la industria *influencer* creció un 78% en el 2021 y, además, teniendo en cuenta que algunos de estos personajes ganaron curules en el Congreso y en los Consejos locales en las últimas elecciones legislativas[27].

En años recientes han surgido varias iniciativas para contrarrestar la desinformación en Colombia. Una de estas es Colombiacheck[28], un sitio web de noticias que verifica declaraciones públicas en debates relevantes, como la implementación del Acuerdo de Paz o en el Paro Nacional. Así mismo, la Silla Vacía lanzó un "detector de mentiras"[29] que revisa discursos públicos, cadenas de WhatsApp y publicaciones virales en Facebook. Las redes sociales también han dispuesto herramientas de verificación de noticias. El Consejo Nacional Electoral de Colombia colaboró recientemente con Kwai[30], una plataforma de video, para verificar noticias y datos sobre las elecciones presidenciales. El Detox Information Project (DIP)[31] creó un test para evaluar qué tan vulnerables son las personas de ser desinformadas, al entender sus sesgos y cómo interactúan con titulares falsos.

Valoración de riesgo por desinformación

Este estudio revisa una muestra específica de 34 sitios de noticias en español.

Síntesis del mercado

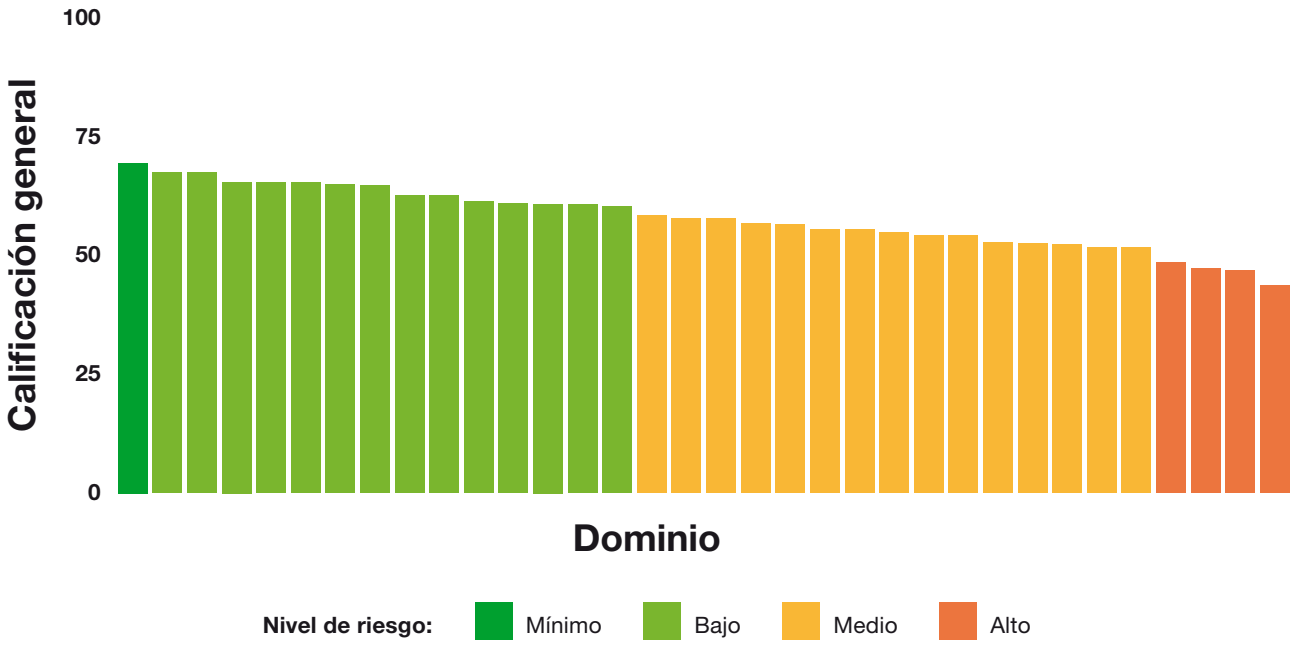
La muestra se escogió con base en el alcance de los sitios (de cada sitio se usó su calificación en Alexa y sus seguidores en Facebook y Twitter), su relevancia y la capacidad de obtener información completa del sitio.

Tabla 1. Sitios web de medios evaluados (en orden alfabético)

Nombre del dominio	URL del Dominio	Nombre del dominio	URL del Dominio
Blu Radio	www.bluradio.com	**HSB Noticias**	www.hsbnoticias.com
Cambio	www.cambiocolombia.com	**Kien y Ke**	www.kienyke.com
Canal uno	www.canal1.com.co	**La FM**	www.lafm.com.co
Caracol Radio	www.caracol.com.co	**La Patria**	www.lapatria.com
Caracol TV	www.noticias.caracoltv.com	**La República**	www.larepublica.co
Cuestión Pública	www.cuestionpublica.com	**La Silla Vacía**	www.lasillavacia.com
Diario del Cauca	www.diariodelcauca.com.co	**Las 2 Orillas**	www.las2orillas.co
Diario del Huila	www.diariodelhuila.com	**Minuto 30**	www.minuto30.com
Diario del Sur	www.diariodelsur.com.co	**Noticias RCN**	www.noticiasrcn.com
Diario El País	www.elpais.com.co	**Portafolio**	www.portafolio.co
El Colombiano	www.elcolombiano.com	**Publimetro**	www.publimetro.co
El Espectador	www.elespectador.com	**Pulzo**	www.pulzo.com
El Heraldo	www.elheraldo.co	**RCN Radio**	www.rcnradio.com
El Nuevo Siglo	www.elnuevosiglo.com.co	**Semana.com**	www.semana.com
El Tiempo	www.eltiempo.com	**Vanguardia Liberal**	www.vanguardia.com
El Universal	www.eluniversal.com.co	**Vorágine**	www.voragine.co
Extra	www.extra.com.co	**W Radio**	www.wradio.com.co

Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

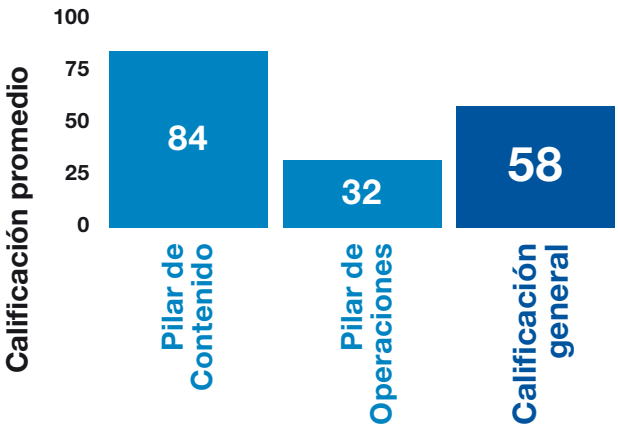
Figura 1. riesgo por desinformación por cada sitio



Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Los hallazgos sobre estos sitios de noticias muestran que, respecto de los niveles de riesgo por desinformación, sólo un sitio es clasificado con riesgo mínimo, 14 de 34 son clasificados con riesgo bajo, 15 de 34 con riesgo medio y cuatro con riesgo alto. La calificación promedio para estos sitios en Colombia es de 58 sobre 100 puntos. En general, muchos de los factores de riesgo alto en Colombia vienen de controles y contrapesos editoriales y periodísticos débiles en las salas de redacción. Por esta razón, estos dominios obtuvieron una calificación de sólo 32 puntos en el **pilar de Operaciones**, en comparación con una calificación más alta de 84 en el **pilar de Contenido**. La baja calificación en el **pilar de Operaciones** sugiere que muchos de los factores de riesgo por desinformación derivan de una falta de transparencia de estos sitios en sus políticas operacionales, en especial políticas editoriales, fuentes de financiación e información sobre sus propietarios. Los sitios colombianos podrían mejorar considerablemente sus calificaciones si publicaran más información sobre sus políticas de operación y edición.

Figura 2. calificación general del mercado por pilar



Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

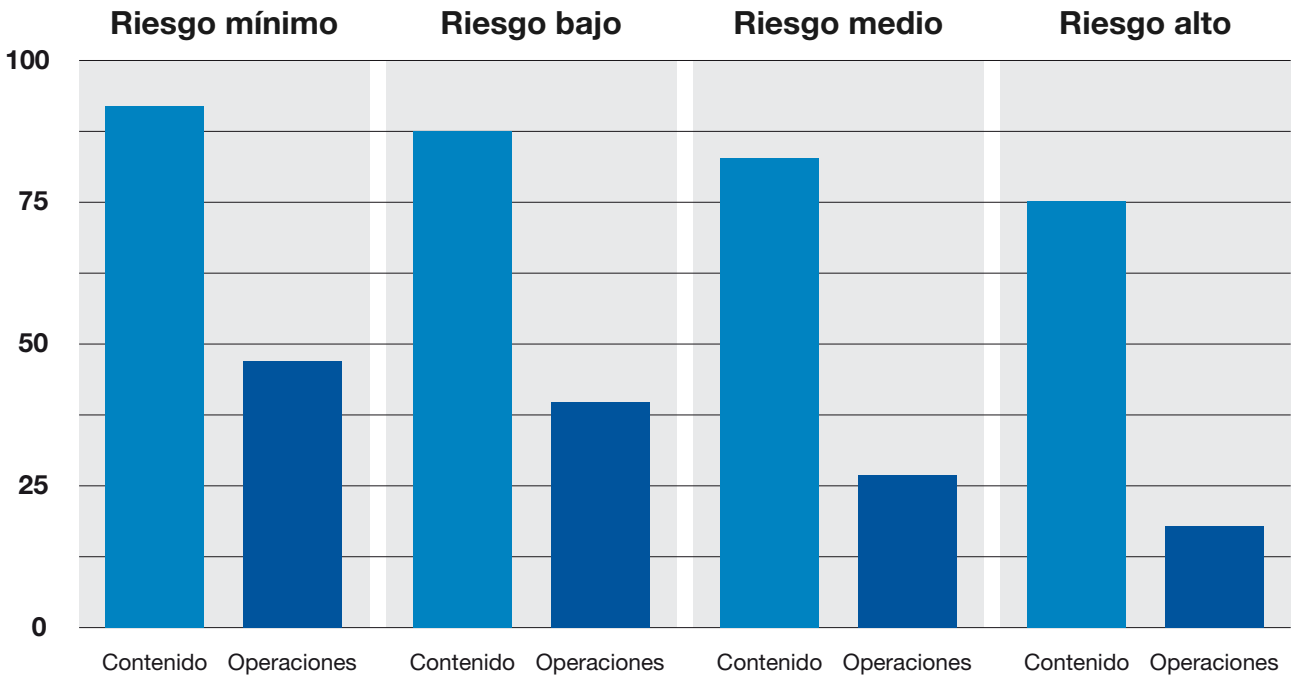
En Colombia, un sitio recibió la valoración de **riesgo mínimo**. Este sitio obtuvo calificaciones altas en todos los indicadores de **Contenido**. Los artículos analizados se mostraron, en su mayoría, neutrales y sin sesgos, estaban firmados por sus autores, sus titulares correspondían con el contenido de la historia, y no se enfocaban de forma negativa en grupos o individuos particulares. Este sitio dispone de la mayoría de las políticas operacionales clave consideradas en la metodología del GDI, incluyendo información exhaustiva sobre sus *fuentes de financiación* y lineamientos para su sección de comentarios, alimentada por sus usuarios.

Hay catorce sitios colombianos valorados con **riesgo bajo**. Estos sitios tienden a desempeñarse relativamente bien con respecto a los indicadores del **pilar de Contenido**, especialmente por tener contenido neutral y que no es sensacionalista, y que evita enfocarse de forma negativa en ciertos grupos o individuos. Sin embargo, carecieron de transparencia operacional y salvaguardas editoriales, como compartir información sobre sus fuentes de financiación.

De 34 sitios, quince fueron valorados con **riesgo medio** (lo que representa el 44% de la muestra). Aunque estos sitios, en general, se desempeñaron bien al proveer contenido confiable y sin sesgos, se enfrentaron al mismo problema que aquellos en la categoría de riesgo bajo: una falta de transparencia en sus políticas operacionales y editoriales. Estas políticas están asociadas con fuertes estándares periodísticos universales que han sido postulados por la Iniciativa de Periodismo de Confianza (JTI por sus siglas en inglés). La mayoría de estos sitios en la categoría media de riesgo por desinformación podrían pasar a tener riesgo bajo si mejoran sus calificaciones del pilar de operaciones.

Cuatro sitios obtuvieron un **alto riesgo de desinformación**. El contenido de estos sitios presenta un cierto sesgo, y lenguaje y elementos visuales que son sensacionalistas. Estos sitios obtuvieron una calificación menor al promedio del pilar en cuanto al indicador de enfoque negativo. Además, también fallaron en cumplir los estándares universales de políticas operacionales y editoriales evaluadas en el marco de análisis del GDI.

Figura 3. promedio de calificación en cada pilar de acuerdo con la valoración de cada sitio



Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Síntesis por pilares

Pilar de Contenido

El **pilar de Contenido** se enfoca en la confiabilidad del contenido provisto por cada sitio. El análisis hecho en este pilar se basa en la evaluación de veinte artículos anonimizados de cada uno de los dominios de la muestra. Estos artículos se escogieron de entre las piezas de contenido que más se compartieron durante el periodo de recolección de datos y son una muestra de temas que presentan riesgo por desinformación, como política y salud. Todas las calificaciones de los artículos están hechas en una escala de 0 (la mas baja) a 100 (la más alta).

Los sitios colombianos obtuvieron una calificación por encima de los promedios de los indicadores *Enfoque negativo* (con una calificación de 96 sobre 100), *Sesgo de los artículos* y *Lenguaje sensacionalista* (en ambos con una calificación de 88 sobre 100) del **pilar de Contenido**. La mayoría de los sitios tiende a evitar enfocarse en individuos o grupos de gente específicos, por lo que trece sitios obtuvieron una calificación de 100 en este indicador. Estos sitios además presentan reportería y análisis sin sesgos, y utilizan un lenguaje neutro en sus contenidos.

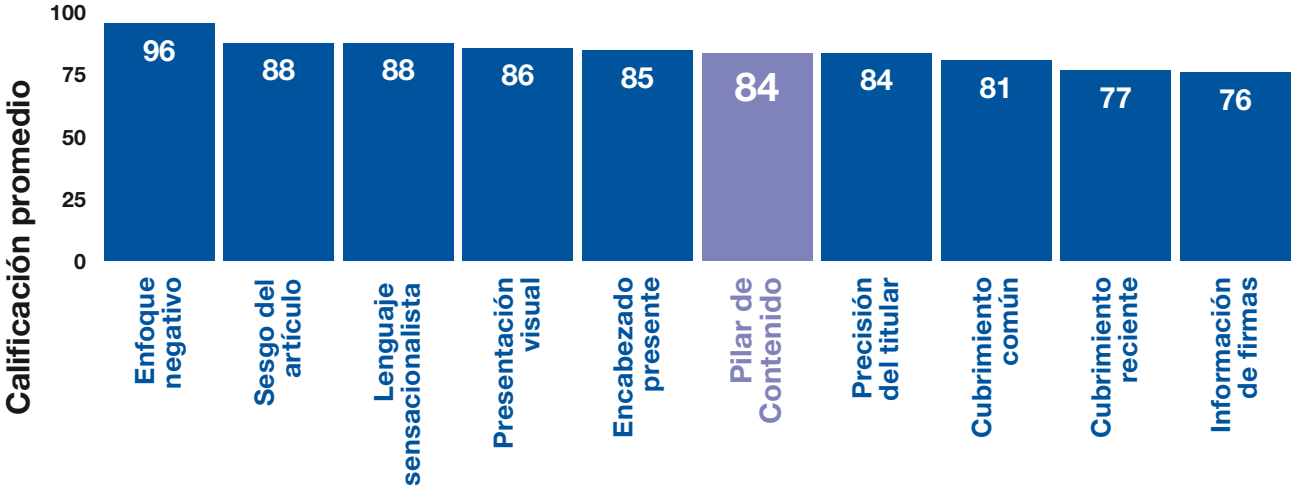
En el indicador de *Representación visual* recibieron una calificación relativamente alta de 86 puntos. Algunos artículos de la muestra recurrieron a imágenes, miniaturas de video u otros elementos visuales sensacionalistas o que fueron manipulados para suscitar una respuesta emocional en el lector. Adicionalmente, en el indicador de *Encabezado presente* obtuvieron una calificación promedio de 85 puntos, pues la mayoría de los dominios empiezan sus artículos con encabezados basados en hechos reales. Que el encabezado de cada artículo esté basado en hechos reales significa que los lectores tienen, de forma inmediata, una idea clara sobre la historia que leen y pueden así verificar sus hechos principales. También indica que la publicación ancla sus reportajes a hechos y eventos reales en lugar de tergiversar la historia con sesgos o narrativas inflamatorias.

La puntuación del indicador de *Precisión del titular* es la misma que la del promedio del **pilar de Contenido**, es decir, 84 puntos. Los autores ocasionalmente utilizan titulares imprecisos o hacen uso de estrategias de “clickbait”. El uso de elementos de “clickbait” como titulares sensacionalistas y palabras escritas en mayúsculas fue común sobre todo en los sitios de las categorías de riesgo medio y alto. En los indicadores de *Cobertura común* y *Reciente*, los medios obtuvieron en

promedio un puntaje de 81 y 77 puntos, respectivamente. Algunos de estos artículos fallaron al reportar ciertos ítems de noticias recientes o, en otros casos, estas noticias no fueron cubiertas por otros medios o fuentes con credibilidad. Esto sugiere que algunas de estas historias pueden no ser actuales o relevantes.

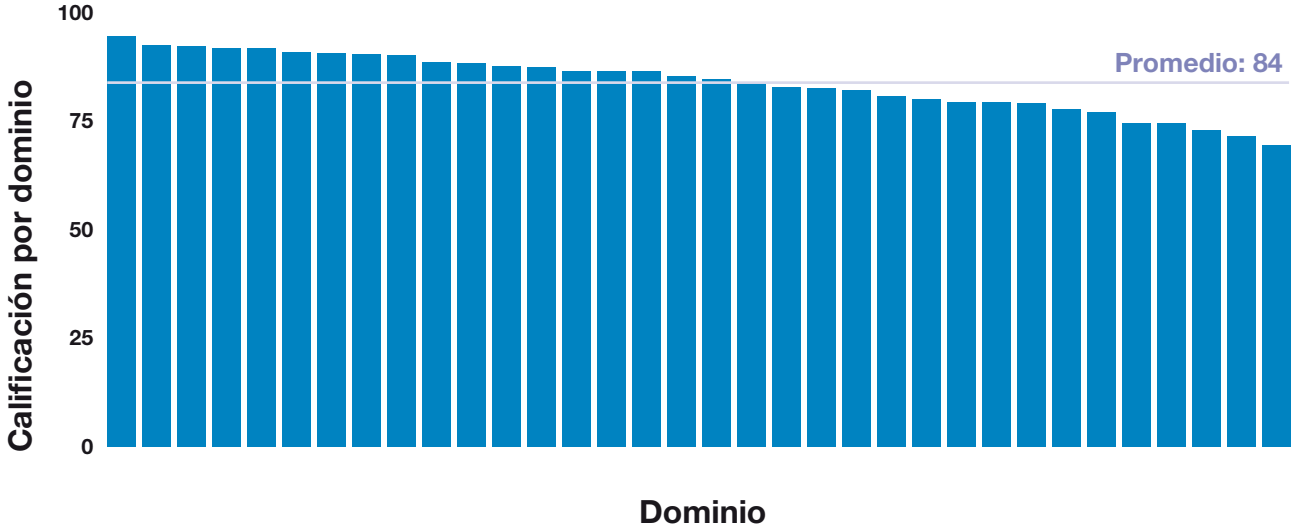
El indicador de *Artículos firmados* fue el que mostró calificaciones más bajas, con un promedio de 76 puntos. Hubo dificultades significativas al momento de identificar a los autores de los artículos, especialmente en los sitios con alto riesgo de la muestra. En general, hay fallos relevantes en la *Información de firmas* (76 puntos) y en el *Cubrimiento reciente* (77 puntos). Sin embargo, hay muy poco *Enfoque negativo* (96 puntos). Es importante resaltar esto, pues el estudio de la muestra coincidió con las campañas de elección presidencial de Colombia.

Figura 4. puntajes promedio por indicador en el pilar de Contenido



Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Figura 5. puntajes de cada sitio en el pilar de Contenido



Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Pilar de Operaciones

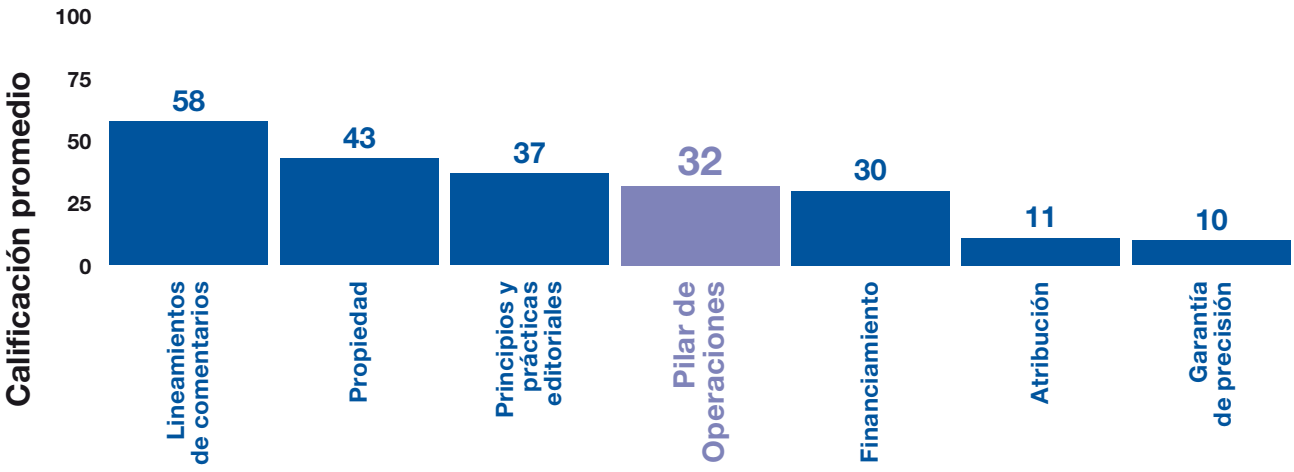
El **pilar de Operaciones** analiza la integridad editorial y operacional de un sitio periodístico. Todas las calificaciones están basadas en una escala que va de 0 (la mas baja) a 100 (la más alta), de acuerdo con la información disponible de cada sitio.

La mayoría de los sitios obtuvo calificaciones muy bajas en los indicadores del **pilar de Operaciones**, con un promedio de 32 puntos. Los indicadores con calificaciones más bajas fueron los de *Atribución* y *Garantía de precisión*. El promedio para estos indicadores fue de 11 y 10 respectivamente. Es importante aclarar que estos valores no necesariamente miden si los medios cumplen o no con políticas para garantizar prácticas de verificación de información y de atribución certera, sino más bien si publican estas políticas o prácticas en sus sitios web. Los sitios colombianos podrían mejorar sus calificaciones si hicieran públicas estas políticas, lo que además resultaría en una mejoría de su credibilidad y sentido de responsabilidad frente a sus audiencias.

La calificación para el indicador de *Financiación* también fue baja, aunque estuvo más cerca del promedio del **pilar de Operaciones**, con 30 puntos. Esto significa que son pocos los medios que son completamente transparentes sobre su estructura financiera. Sólo dos sitios de noticias sobresalen con calificaciones por encima de a 80 puntos en este indicador. El promedio del indicador *Principios y prácticas editoriales* fue de 37 puntos. La mayoría de los sitios no publican las políticas o normas con las que garantizan su independencia editorial y con las que se aseguran de que la información factual se reporta sin sesgos. Así mismo, los sitios colombianos podrían mejorar su transparencia revelando su estructura de propiedad. En el indicador de *Propiedad*, el promedio fue bastante bajo (43 de 100), aunque estuvo por encima del promedio total de todo el pilar.

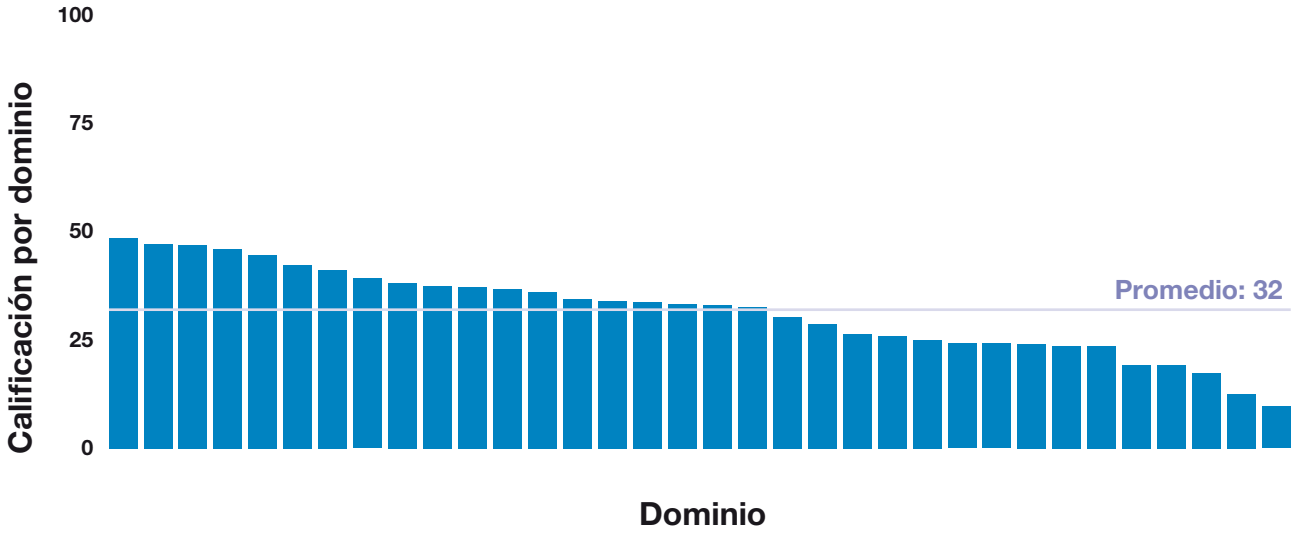
El indicador con las calificaciones más altas dentro del **pilar de Operaciones** fue el de *Lineamientos para comentarios*, con un promedio de 58 puntos. Más de la mitad de los sitios publica lineamientos para sus secciones de comentarios (hechos por los usuarios) y de contacto con audiencias. La mayoría de los sitios podría mejorar sus calificaciones en todos los indicadores del **pilar de Operaciones** si incrementaran su transparencia en aspectos como las políticas de atribución y comprobación de hechos, la divulgación de su financiamiento y propiedad, así como los lineamentos con los que garantizan su independencia editorial.

Figura 6. puntajes promedio por indicador en el pilar de Operaciones



Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Figura 7. puntajes de cada sitio en el pilar de Operaciones



Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Conclusión

La evaluación del riesgo por desinformación en el mercado colombiano de medios y noticias demuestra que la mayoría de los sitios estudiados (el 44%) cae en la categoría de riesgo medio, 41% está en riesgo bajo y el 12% presenta un alto riesgo de desinformación.

Sólo un sitio demostró tener riesgo mínimo. Los sitios colombianos obtuvieron, en general, calificaciones altas en el **pilar de Contenido** (un promedio de 84 puntos), pero calificaciones bajas en el **pilar de Operaciones** (un promedio de 32 puntos).

Las calificaciones generales de todos los dominios se vieron afectadas por las deficiencias operacionales, sobre todo con respecto a la falta de transparencia que tuvieron a la hora de mostrar información sobre sus estructuras de financiamiento y sobre quiénes son sus propietarios. También con respecto a otras políticas editoriales y de operación, como lineamientos de atribución de fuentes y prácticas de verificación de información.

Los sitios de noticias podrían trabajar estas deficiencias llevando a cabo acciones como:

- Concentrarse en adoptar estándares periodísticos operacionales, como los establecidos por la Iniciativa de Periodismo de Confianza, y publicar esas políticas en el sitio.
- Publicar de manera clara sus fuentes de financiación en su sitio, en lugar del sitio de su empresa matriz. Esta información ayuda a afianzar la confianza en cada sitio y a disipar dudas sobre sus fuentes de financiación.
- Publicar una declaración de independencia editorial, así como lineamientos que garanticen la precisión y la atribución de hechos en sus reportajes, así como lineamientos de publicación de correcciones.
- Incluir prácticas de verificación de información de hechos y asegurarse de que se han implementado siempre, antes y después de la publicación de contenido.

La evaluación desarrollada en este reporte da cuenta de un escenario alentador. Aunque es necesario abordar el riesgo general de desinformar que existe en los medios de noticias en Colombia, muchos de estos sitios tienen una vía clara y lograble para reducir sus riesgos operacionales de desinformación. A pesar de que hay una perspectiva general positiva en la producción de contenidos periodísticos en Colombia, las prácticas de verificación de información son más bien pobres. Estas prácticas son fundamentales para construir un ecosistema de noticias que se confiable y fidedigno.

Apéndice: Metodología

El Índice de Desinformación Global (GDI por sus siglas en inglés) evalúa el nivel de riesgo de desinformación del mercado de medios de comunicación de algún país. El mercado de medios se representa con una muestra de 30 a 35 dominios de noticias que se seleccionan en la base de clasificaciones Alexa, sus números de seguidores en redes sociales y la experiencia de los investigadores locales. La muestra resultante incluye los principales sitios nacionales con altos niveles de participación digital, sitios de noticias que reflejan la composición regional, lingüística y cultural del país, y los sitios de noticias que se consideran influyentes para los tomadores de decisión, los grupos o los actores locales.

La clasificación está compuesta por los **pilares de Contenido** y de **Operaciones**. A su vez, los pilares se componen por varios indicadores. El **pilar de Contenido** incluye indicadores que evalúan elementos y características de cada contenido de los sitios para capturar su nivel de credibilidad, sensacionalismo e imparcialidad. Los indicadores del **pilar de Operaciones** evalúan las políticas y reglas que un sitio en específico establece para asegurar la veracidad y la calidad de las noticias a publicar. Estas políticas se refieren, por ejemplo, a los conflictos de interés, una cobertura certera y la rendición de cuentas.

Cada una de las evaluaciones de riesgo del mercado de medios del GDI se lleva a cabo en colaboración con un equipo local de investigadores con experiencia en el análisis y estudio de los medios y la desinformación. Estos investigadores desarrollan la lista de medios para la muestra, contribuyen a definir la muestra del contenido incluido en la revisión del **pilar de Contenido**, realizan la recopilación de datos para los **pilares de Contenido** y de **Operaciones**, examinan e interpretan los resultados de la clasificación y redactan el informe final.

Selección de los sitios web

La muestra del mercado para el estudio se desarrolla basada en la combinación de criterios cuantitativos y cualitativos. El GDI comienza creando una lista de los 50 sitios de noticias con el mayor tráfico en el mercado de medios. Esta lista se entrega al equipo de investigación del país, junto con datos sobre los números de seguidores en Facebook y Twitter de cada sitio, para medir la relevancia y el alcance. El equipo de investigadores locales así reduce la lista a 35 sitios, asegurando que la muestra proporcione una cobertura geográfica, lingüística y política adecuada para capturar los principales discursos de los medios del mercado. Los medios de comunicación internacionales generalmente están excluidos, porque sus clasificaciones de riesgo se evalúan en sus mercados de origen[32]. También se excluyen agregadores de noticias, ya que los dominios incluidos se evalúan según sus contenidos originales. La muestra final del mercado de medios refleja el conjunto completo de entre 30 y 35 sitios para los que se podrían recopilar datos completos a lo largo del proceso de revisión.

Recopilación de datos

Los indicadores del **pilar de Contenido** se basan en la revisión de una muestra de 20 artículos publicados por cada dominio. Diez de estos artículos se seleccionan aleatoriamente entre los artículos compartidos con mayor frecuencia por un dominio en Facebook dentro de un periodo de dos semanas. Los 10 artículos restantes se seleccionan al azar entre un grupo de artículos de un dominio que cubren temas que probablemente contengan narrativas de desinformación. Los temas y el conjunto asociado de palabras clave que se utilizan para identificarlos son desarrollados conjuntamente por el GDI y el equipo de investigación del país. El equipo local le aporta temas vinculados a determinadas narrativas y palabras clave utilizadas para identificarlas en el discurso de los medios locales dentro de la lista de clasificadores de temas globales del GDI, desarrollada por los equipos de inteligencia y ciencia de datos del GDI. Los equipos de cada país también verifican manualmente la traducción automática de la lista de temas completa en los idiomas de estudio pertinentes.

Los artículos muestreados se anonimizan para eliminar cualquier tipo de información que permita a los analistas identificar el medio o el autor de los artículos. El contenido anonimizado es revisado por dos analistas de cada país que previamente han sido formados para interpretar el libro de códigos del GDI. Para cada artículo anonimizado, los analistas locales responden a 13 preguntas diseñadas para evaluar los elementos y características del artículo y su titular en términos de sesgo, sensacionalismo y segmentación negativa. Posteriormente, los analistas revisan cómo se presenta el artículo en el dominio y hasta qué punto el sitio proporciona información sobre la autoría y las fechas de publicación. Al realizar las revisiones del **pilar de Contenido**, se solicita que los analistas proporcionen una explicación detallada y recopilar pruebas para respaldar sus decisiones.

El **pilar de Operaciones** se basa en la información recopilada durante la evaluación manual de cada dominio realizada por los analistas de cada país. Los analistas locales responden a una lista de 98 preguntas diseñadas para evaluar la propiedad, la estructura de gestión y financiación, la independencia editorial, los principios y directrices, las políticas de atribución, las políticas de corrección de errores y verificación de datos y las reglas y políticas de la sección de comentarios. Los analistas recopilan pruebas para respaldar sus evaluaciones a medida que realizan cada revisión del **pilar de Operaciones**.

Análisis de datos y construcción de los indicadores

Los datos recopilados por los analistas de cada país para el **pilar de Contenido** se utilizan para calcular nueve indicadores. Los indicadores del **pilar de Contenido** incluidos en la clasificación de riesgo final son: *Precisión del titular*, *Información sobre la autoría*, *Presencia de copete*, *Cobertura común*, *Cobertura reciente*, *Segmentación negativa*, *Sesgo del artículo, Lenguaje sensacionalista* y *Presentación visual*. Para cada indicador, los valores se normalizaron en una escala del 0 al 100. La puntuación a nivel de dominio para cada indicador en este pilar es la puntuación media obtenida en los 20 artículos. La puntuación del pilar para cada dominio es el promedio de todas las puntuaciones en todos los indicadores del pilar y varia del 0 al 100.

Para el **pilar de Operaciones**, las respuestas de los analistas de cada país se traducen en un conjunto de subindicadores. Los seis indicadores se calculan de los promedios de las puntuaciones de estos subindicadores. Los indicadores resultantes del **pilar de Operaciones** son: *Atribución*, *Políticas de comentarios*, *Principios y prácticas editoriales*, *Garantía de precisión*, *Financiación* y *Propiedad*. Para cada indicador, los valores se normalizan en una escala del 0 al 100. La puntuación del dominio para el **pilar de Operaciones** es el promedio de los indicadores.

Tabla 2. Pilares e indicadores del Índice global de desinformación

Pilar	Indicador	Sub-indicadores	Unidad de análisis	Definición	Razones
Contenido	Precisión del titular	Ninguno	Artículo	Calificación de la precisión con la que el titular describe el contenido de la noticia.	Indicativo de *clickbait*.
	Información sobre la autoría			Calificación de la cantidad de información que se proporciona sobre la autoría del artículo.	La atribución de los artículos genera responsabilidad y rendición de cuentas por su veracidad.
	Presencia de copete			Calificación si el artículo comienza con un Lede basado en hechos.	Indicativo de informaciones basadas en hechos y altos estándares periodísticos.
	Cobertura común			Calificación si el mismo acontecimiento ha sido cubierto por al menos otro medio de comunicación local fiable.	Indicativo de un acontecimiento verdadero e importante.
	Cobertura reciente			Calificación si la noticia cubre un acontecimiento o suceso noticioso ocurrido dentro de los 30 días anteriores a la fecha de publicación del artículo.	Indicativo de un acontecimiento de interés periodístico, en lugar de uno que se ha sacado de contexto.
	Segmentación negativa			Calificación si la noticia se dirige negativamente a un individuo o un grupo específico.	Indicativo de discurso de odio, sesgo o una narrativa adversaria.
	Sesgo en artículos			Calificación del grado de sesgo en el artículo.	Indicativo de informaciones imparciales basadas en hechos o análisis completos.
	Lenguaje sensacionalista			Calificación del grado de sensacionalismo en el artículo.	Indicativo de informaciones imparciales basadas en hechos o análisis completos.
	Presentación visual			Calificación del grado de sensacionalismo en la presentación visual del artículo.	Indicativo de informaciones imparciales basadas en hechos o análisis completos.
Operaciones	Atribución	Ninguno	Dominio	Calificación por la cantidad de políticas y prácticas identificadas en el sitio.	Evalúa las políticas relacionadas con la atribución de notas, hechos y medios (ya sea de forma pública o anónima); indicativo de políticas que garantizan hechos precisos, medios rigurosos y responsabilidad y rendición de cuentas por las publicaciones.
	Políticas de comentarios	Políticas		Calificación por la cantidad de políticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas para reducir la desinformación en el contenido generado por el usuario.
		Moderación		Calificación de los mecanismos identificados en el sitio web para hacer cumplir las políticas de comentarios.	Evalúa los mecanismos para hacer cumplir las políticas destinadas a reducir la desinformación en el contenido generado por el usuario.
	Principios y prácticas editoriales	Independencia editorial		Calificación por la cantidad de políticas identificadas en el sitio web.	Evalúa el grado de independencia editorial y las políticas implementadas para mitigar los conflictos de interés.
		Adhesión a la narrativa		Calificación del grado de probabilidad de que el sitio web se adhiera a una afiliación ideológica, en función de sus posiciones editoriales publicadas.	Indicativo de toma de decisiones editoriales politizadas o ideologizadas.
		Pautas de contenido		Calificación por el número de políticas identificadas en el sitio	Evalúa las políticas vigentes para garantizar que la información basada en hechos se presente sin sesgos.
		Noticias versus análisis		Calificación por el número de políticas y prácticas identificadas en el sitio	Evalúa las políticas vigentes para garantizar que los lectores puedan distinguir entre información y opinión.
	Garantizar veracidad	Comprobación de los hechos antes de su publicación		Calificación por la cantidad de políticas y prácticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas para garantizar que solo se presente información precisa y rigurosa.
		Correcciones posteriores a la publicación		Calificación por la cantidad de políticas y prácticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas para asegurar que las correcciones necesarias se difundan de manera adecuada y transparente.
	Financiación	Estructura de incentivos diversificados		Calificación por el número de fuentes de ingresos identificadas en el sitio	Indicativo de posibles conflictos de interés derivados de la dependencia excesiva a una o pocas fuentes de ingresos.
		Rendición de cuentas a los lectores		Calificación en base de si suscripciones de los lectores o donaciones se identifican como una fuente de ingresos	Indicativo de la rendición de cuentas por priorizar la información de calidad sobre el contenido que atrae ingresos publicitarios.
		Transparencia de la financiación		Calificación basada en el grado de transparencia que ofrece el sitio web con respecto a sus fuentes de financiación.	Indicativo de la transparencia que se requiere para monitorear los incentivos y conflictos de interés que puedan provenir de estructuras de propiedad opacas.
	Propiedad	División propiedad-redacción		Calificación basada en el número de responsables de la toma de decisiones financieras y editoriales a nivel ejecutivo o del consejo que figuran en el sitio.	Indicativo de la separación en la toma de decisiones financieras y editoriales, para evitar los conflictos de interés.
		Transparencia de la propiedad		Calificación basada en el grado de transparencia que el sitio web ofrece en relación con su estructura de propiedad.	Indicativo de la transparencia que se requiere para monitorear los incentivos y conflictos de interés que puedan provenir de estructuras de propiedad opacas.

Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Calificaciones de riesgo

La puntuación general del índice para cada dominio es el promedio de las puntuaciones de los pilares. Los dominios se clasifican sobre la base de una escala de riesgo de cinco categorías basada en la puntuación general del índice. Las categorías de riesgo se definieron en función de la distribución de calificaciones de riesgo de 180 sitios en seis mercados de medios en septiembre de 2020.

Este conjunto de datos obtenidos de diferentes países se estandarizó para ajustarse a una distribución normal, con una media de 0 y una desviación estándar de 1. Las puntuaciones estandarizadas y su distancia con respecto a la media se utilizaron para determinar los intervalos para cada nivel de riesgo, que se indican en la Tabla 3. Estas bandas se utilizan luego para categorizar los niveles de riesgo de los sitios en cada análisis de un mercado de medios subsiguientes.

Tabla 3. Niveles de riesgo de desinformación

Nivel de riesgo	Límite inferior	Límite superior	Distribución
Riesgo mínimo	69.12	100	> 1.5 DE de la media
Riesgo bajo	59.81	69.11	> 0.5 y ≤ 1.5 DE de la media
Riesgo medio	50.50	59.80	> -0.5 y ≤ 0.5 DE de la media
Riesgo alto	41.20	50.49	> -1.5 y ≤ -0.5 DE de la media
Riesgo máximo	0	41.19	≤ -1.5 DE de la media

Fuente: Índice Global de Desinformación - GDI

Notas

1 El marco de evaluación del GDI se expone en el anexo de este reporte.

2 Véase: https://www.statista.com/statistics/369006/total-population-of-colombia.

3 Véase: https://www.statista.com/statistics/256366/distribution-of-ad-spend-in-latin-america-by-country.

4 Véase: https://www.statista.com/topics/6055/internet-usage-in-colombia/#dossierContents__outerWrapper.

5 Véase: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/colombia.

6 Véase: https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-238235.html.

7 Véase: https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2020/Medicion-de-Audiencias-Moviles-en-Colombia.

8 Véase: https://www.statista.com/statistics/998968/distribution-users-social-media-colombia-age-gender.

9 Véase: https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-238235_archivo_pdf.pdf.

10 Véase: https://www.statista.com/topics/7160/advertising-industry-in-colombia/#dossierKeyfigures.

11 Véase: https://www.statista.com/statistics/503947/digital-ad-spend-share-colombia.

12 Véase: https://www.statista.com/topics/7160/advertising-industry-in-colombia/#dossierKeyfigures.

13 Véase: https://colombia.mom-gmr.org/en/media.

14 Véase: https://rsf.org/en/country/colombia.

15 Véase: https://rsf.org/en/country/colombia.

16 Véase: https://rsf.org/en/country/colombia.

17 Véase: https://flip.org.co/images/Edicin-4-Paginas-para-la-libertad-de-expresion.pdf.

18 Véase: https://medialandscapes.org/country/colombia.

19 Véase: https://www.flip.org.co/index.php/es/capitulo-2.

20 Véase: https://rsf.org/en/country/colombia.

21 Véase: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/colombia.

22 Véase: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/colombia.

23 Véase: https://obsdemocracia.org/2021/03/12/muestra-nacional-colombia-2020-un-pais-en-medio-de-la-pandemia.

24 Véase: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/colombia.

25 Véase: https://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/boletin/periodistas/2019/Orden-Global-OXFORD.pdf.

26 Véase: https://colombiacheck.com/chequeos/whatsapp-y-desinformacion-parte-1.

27 Véase: https://cambiocolombia.com/articulo/poder/los-candidatos-salen-cazar-influencers.

28 Véase: https://colombiacheck.com/sobre-nosotros.

29 Véase: https://www.lasillavacia.com/la-silla-vacia/detector-de-mentiras/nuestra-metodologia.

30 Véase: https://www.cne.gov.co/prensa/comunicados-oficiales/545-kwai-y-el-cne-se-unen-para-combatir-las-fake-news-durante-las-elecciones.

31 Literalmente, “Proyecto de Desintoxicación de la Información”. Véase: https://www.somosdip.com/prueba-conoce-dip.

32 En casos seleccionados, los medios de noticias internacionales pueden ser incluidos en un estudio si el mercado local es pequeño, los sitios se consideran de alta relevancia, el contenido del sitio es específico para el mercado evaluado y el GDI no ha desarrollado clasificación de riesgo para ese sitio en otro lugar.

GDI Global Disinformation Index

www.disinformationindex.org